

1. ข้าวตังหน้าหมูแดง 2. ผงปลาโรยข้าวรสดั้งเดิม 3. ผงปลาโรยข้าวรสต้มยำและ 4. ผงปลาโรยข้าวรสเขียวหวาน และ 3) เส้นทางอาหารไทย หลากมั่งงา นำเรียนรู้ (เที่ยวชิม กินปลา) ได้ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1. แครกเกอร์ปลาหมึกสามรส และ 2. ข้าวตังหน้าปลาทาบต้มต้มยำ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดได้นำมาทดสอบทางประสาทสัมผัส (sensory test) โดยนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน ผลการทดสอบพบว่าผลิตภัณฑ์มีรสชาติดีและบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝากของที่ระลึก นอกจากนี้ยังได้นำมาทดสอบกับผู้เข้าร่วม Familisatoin trip ของเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 3 เส้นทาง พบว่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกสอดคล้องกับเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารทั้ง 3 เส้นทางเป็นอย่างดี สำหรับแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากนี้ ถือเป็นแนวคิดต้นแบบในการนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกในการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ หรือในพื้นที่ภูมิภาคอื่นต่อไป ซึ่งถือเป็นต้นแบบที่ดีในการยกระดับมาตรฐานสินค้าท้องถิ่นให้เป็นของฝากหรือของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี

นอกเหนือจากโครงการวิจัยทั้ง 2 แผนงานวิจัยยังรวมการพัฒนากระบวนการฐานข้อมูลสารสนเทศการท่องเที่ยวตลอดเส้นทางอาหารไทย และอัตลักษณ์อาหารไทยท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ โดยได้ดำเนินการจัดทำเว็บไซต์และทดสอบประสิทธิภาพของฐานข้อมูลดังกล่าว วัตถุประสงค์ของการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลของการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ด้านอาหาร และเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้รูปแบบใหม่ ภายใต้แนวคิด “เที่ยวไป กินไป เรียนรู้ไป” นั้น ถือเป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้การท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถใช้ในการสื่อสาร การนัดหมาย และเป็นแนวทางในการจัดรายการนำเที่ยวด้วยตนเอง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในยุคปัจจุบัน ดังนั้นหน่วยงานหลักด้านการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะรับระบบดังกล่าวเพื่อสานต่อให้เกิดการใช้งานในวงกว้างต่อไป

ABSTRACT

Research project title: Development of travelling routes for gastronomic tourism in western region of Thailand

This research project involves a study of gastronomic tourism in the western region of Thailand. It includes 2 projects which are; a study of potentials of gastronomic tourism routes in the western region and a study of Thai food as potential souvenir and their product development for gastronomic tourists. The first research study aims to investigate potentials of tourist attractions which are related to gastronomic tourism and to survey information of gastronomic tourism the western region in 8 provinces which include Nakornprathom, Ratchaburi, Kanchanaburi, Suphanburi, Petchaburi, Prachuabkhirikhan, Samutsungkram and Samutsakorn for determining potential gastronomic tourism routes. The research methodology used in this study was a qualitative approach including an in-depth with local experts in food and local ways of life and field survey of local attractions that were able to represent a uniqueness of local culture in aspect of food, local tradition and local wisdom. The survey was conducted based on concepts of agro-tourism, community-based tourism, and sustainable tourism. Once the local identity and the local uniqueness were analyzed and identified, they were used to specify attractions and set up themes of gastronomic tourism routes. There were 3 gastronomic routes which were 1) Sapsamut Sud Hansa Pa-pai-chim routes (a Treasure of the ocean), 2) Longnatee Aim-im-pee Withi- Thai (a river run and a Thai food culture), and 3) Ar-harn Thai Laang Majja Na-Rean- Ru (a Thai food and Thai fish). Once the routes were set, 3 tentative travelling programs which included one day trip program, two days trip program and three days trip program were also planned as recommended programs for FIT tourists. Potentials of these travelling programs were tested by arranging Familiarisation trips for both public and private tourism agents and independent tourists. Participants of the Fam trip satisfied with the routes and thought that the routes had commercial potentials. The second research study, a study of Thai food as potential souvenir and their product development for gastronomic tourists, whose major objectives were to study Thai local food and to develop new food products as souvenir for both Thai and international tourists by using food scientific knowledge and creativity. Qualitative research methods used in this research study comprised of a secondary data analysis, interview tourists and brain-storming with experts from both public and private sectors. The results of data analysis, interviews and brain-storming were used as guidelines to develop souvenirs including 7 products which were designed to be relevant to the three gastronomic

routes of the first research study. They were; 1) Sapsamut Sud Hansa Papaichim routes (a Treasure of the ocean) which had a mackerel cracker, 2) Longnatee Aim-Im-pee Withi-Thai (a river run and Thai food culture) which had 4 products including 1. Red soured pork rice cracker, 2. Original fish seasoning powder 3. Tomyam fish seasoning powder 4. Kaeng Kew Wan fish seasoning powder and lastly 3) Arham Thai Laang Majja Na-Rean- Ru (a Thai food and Thai fish) which had 2 products including 1. Three flavoured squid cracker and 2. Pla Tabtim rice cracker. All products were tested using sensory test methods by 100 volunteer tourists. Results of the tests showed that all products had good tastes and their packages were nicely designed and appropriated to be souvenirs. In addition to this result, all products had been tested by participants of the Fam trips and it revealed that that they were appropriately correspond to the concepts of those routes. This concept of these new product developments can be a perfect model of developing other souvenir products for tourists which helps upgrade other local products to be souvenir for both Thai and international tourists.

Besides the two research studies above, the research project included a development of an information database of gastronomic tourism routes and unique local food in each province by setting a website and had tested efficiency of the database. The objective of the development information database was to use it as a source of information of gastronomic tourism and a new form of educating tourism within a concept of “Touring eating and learning”. This information database could be a good practice of applying information technology to tourism. It could also be used as a floor for contemporary Thai tourists to communicate, make appointments as well as a guideline for setting their own travelling programs. Therefore, researchers hoped that the public tourism agent such as the Tourism Authority of Thailand (TAT) would be pleased to accept and introduce the concept of the database to wider users.